

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

17 octobre 2022

PLF POUR 2023 - (N° 273)

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° II-139

présenté par  
M. Mathiasin

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 42, insérer l'article suivant:****Mission « Direction de l'action du Gouvernement »**

Le Gouvernement remet au Parlement chaque année, avant le 1<sup>er</sup> juillet, un rapport présentant la répartition des dépenses et des investissements, par région et par type de média, du Service d'Information du Gouvernement. Ce rapport comprend également la répartition de ces dépenses et investissements dans les collectivités des articles 73 et 74 de la Constitution et en Nouvelle-Calédonie.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement prévoit qu'un rapport remis au Parlement présente un état des lieux de la répartition des investissements et dépenses du Service d'Information du Gouvernement (SIG), par collectivités et par type de média. Ce rapport permettra dans un second temps d'avoir une base d'analyse solide pour permettre une réaffectation pertinente des crédits du SIG.

La communication issue du SIG revêt une dimension essentielle à double titre. D'une part, elle permet de favoriser et de construire l'union nationale, et, d'autre part, elle permet de sensibiliser, prévenir, accompagner nos populations sur des sujets majeurs de sécurité, de santé, de pédagogie, de développement, de paix sociale et familiale.

Pourtant, les dépenses du SIG en faveur de l'Outre-mer ne sont pas à la hauteur des enjeux locaux.

Tout d'abord, il y a un écart notable entre le montant des dépenses de communication gouvernementale réservé aux citoyens hexagonaux et celui réservé aux populations ultramarines. En effet, alors que 4 % de la population française est ultramarine, c'est seulement 0,5 % des dépenses en communication du SIG qui sont dédiées aux habitants d'Outre-mer.

Ensuite, certaines communications ne sont pas adaptées et ne tiennent pas compte de la spécificité des territoires et des populations ultramarines. Or, les difficultés économiques et sociales dans nos territoires ultramarins sont exacerbées par rapport à la l'Hexagone (pauvreté, alcoolisme, violences conjugales, insécurité, malnutrition, etc.), ce qui justifie pleinement que les campagnes de communication soient adaptées aux territoires sur lesquels elles sont diffusées.

Dès lors, il est urgent et nécessaire de rétablir a minima une équité de traitement dans les budgets et les dépenses en communication entre nos territoires et nos populations nationales.

Cet amendement a été travaillé avec la Fédération des Entreprises des Outre-mer (FEDOM)